www.benchmark-services.de
www.gaeste-zufriedenheit.de

VGM Vergleichender Gästemonitor

Vergleichender Gästemonitor 2017

Basisreport

VGM Vergleichender Gästemonitor

Vergleichender Gästemonitor 2017

Krummhörn-Greetsiel

Basisreport (Tabellenband)

Für den Inhalt:

benchmark:services
Research & Consulting

Ansprechpartner:
Dr. Alexandra Partale, Florian Haver

Büro Rhein-Main
Zur Mark 24
D-65719 Hofheim
T +49-(0)61 92 – 9 55 84 38
F +49-(0)61 92 – 9 55 84 37

Büro Berlin
Gotlandstr. 5
D-10439 Berlin
T +49-(0)30- 46 79 64 85
F +49-(0)30 - 46 79 64 91

E info@benchmark-services.de
I www.benchmark-services.de

BENCHMARK Services: von den Besten lernen – neue Maßstäbe setzen!

Methodische Vorbemerkung

Kaum ein Instrument ist effektiver als eine Gästebefragung, um Hinweise für die eigene touristische Entwicklungsarbeit zu erhalten und im Marketing zielgerichteter vorzugehen. Der Vergleichende Gästemonitor (VGM) ist ein effektives Marktforschungsinstrument, mit dem Tourismusorte regelmäßig entscheidungsrelevante Informationen über ihre Gäste generieren. Ein standardisiertes Befragungskonzept ermöglicht den Vergleich mit anderen Befragungsteilnehmern und ein langfristiges Monitoring. Durch individuelle Zusatzfragen erfolgt der Zuschnitt auf die Informationsbedürfnisse des einzelnen Ortes.

Wer wurde befragt?

Tages- und Übernachtungsgäste ab 15 Jahren, die 2017 einen touristischen Aufenthalt in Krummhörn-Greetsiel verbracht haben.

Welche Befragungsmethode wurde angewendet?

Der Vergleichende Gästemonitor ist eine **schriftliche Befragung**, die sowohl durch einen **Online-Fragebogen** als auch einen **Printfragebogen** umgesetzt wird. Die Rekrutierung der Befragungsteilnehmer erfolgt durch eine Bewerbung des Online-Fragebogens sowie die Verteilung von Printfragebögen an vielen virtuellen und reellen Standorten kontinuierlich während des gesamten Jahres. Hierdurch werden **alle Zielgruppen** des Ortes sowie eine **optimale Jahresrepräsentativität** erreicht.

Um die Repräsentativität der Daten weiter zu verbessern, wurden die erhobenen Daten entsprechend Ihrer Verteilung in der Grundgesamtheit gewichtet, sofern die erforderlichen Fallzahlen in den Zellen vorlagen. Die Grundlage der Gewichtung bildeten Daten über die Verteilung der Grundgesamtheit (nur Übernachtungsgäste) auf die verschiedenen Beherbergungskategorien.

Was beinhaltet der vorliegende Basisreport?

Im **Basisreport** dokumentieren wir die Ergebnisse der befragten **Übernachtungsgäste ab 15 Jahren**, die zwischen dem 1. Januar und dem 31. Dezember Vorort waren.

Zur besseren Einordnung der eigenen Daten bietet der vorliegende Bericht verschiedene **Vergleichswerte** aus dem Teilnehmerkreis.

Welche Vergleichswerte werden betrachtet?

Der Bericht liefert Vergleichswerte für alle geschlossenen Fragen des Grundfragenkatalogs. Dabei wird differenziert zwischen Vergleichswerten aus

1. Heilbädern und Kurorten ohne Seebäder **(H&K),**
2. Seeheil- und Seebädern **(SEE)** und
3. Orte mit mind. 60.000 Einwohnern **(CITY)**
4. Regionen **(REGION)**

Tab.: Zuordnung der VGM-Teilnehmer 2017 zu den Vergleichsgruppen

Ort	Bad Aibling	Bad Bentheim	Bad Pyrmont	Bad Salzuflen	Bad Zwischenahn	Garmisch-Partenkirchen	Willingen	Ahrenshoop	Borkum	Cuxhaven	Dornumer Land	Esens-Bensersiel	Greetsiel	Juist	Kühlungsborn	Langeoog	Norden-Norddeich	Wangerland	Wangerooge	Augsburg	Bayreuth	Lüneburg	Edersee	Rheintal	Waldecker Land
H&K	x	x	x	x	x	x	x																		
SEE								x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x							
CITY																			x	x	x			
REGION																						x	x	x

Wie wurden die Benchmarkwerte berechnet?

Die Benchmark-Werte wurden auf der Grundlage der Durchschnittswerte der teilnehmenden Orte berechnet und repräsentieren somit jeden Ort mit gleichem Gewicht.

Was ist bei der Interpretation der Ergebnisse zu beachten?

Sofern nicht gesondert gekennzeichnet, entsprechen Abweichungen der Befragungsbasis von der Gesamtstichprobe (n) der Anzahl an Befragten, die diese Frage nicht beantwortet haben.

Bei den dargestellten Prozentwerten handelt es sich – falls nicht speziell gekennzeichnet - stets um den Anteil an Befragten innerhalb der betrachteten Gruppen, der die jeweilige Antwortmöglichkeit gewählt hat (Häufigkeiten).

Wir wünschen viele interessante und verwertbare Erkenntnisse!

Dr. Alexandra Partale & Florian Haver

Inhaltsverzeichnis

Kapitel | Inhalte **Seite**

1 | Gästestruktur 1

2 | Grundcharakteristika der erfassten Reisen 5

3 | Reisemotive und Reiseentscheidung 8

4 | Reiseorganisation 10

5 | Aktivitäten Ihrer Gäste 14

6 | Anforderungen und Zufriedenheit 16

7 | Wiederbesuchsabsicht & Empfehlungswahrscheinlichkeit 21

8 | Image Ihres Ortes aus Gästesicht 24

Kapitel 1

Gästestruktur

© Benchmark Services

1 Gästestruktur

Stichprobengröße

	Ihr Wert
Gesamtzahl der befragten Übernachtungsgäste	1323

Wohnsitz (Inland versus Ausland)

Frage: Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	REGION	ALLE
In Deutschland	98%	85%	99%	91%	93%	93%
Im Ausland	2%	15%	1%	9%	7%	7%
Basis (Befragte)	1252					

Wohnsitz (Bundesland)

Frage: Wo haben Sie Ihren Wohnsitz?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	REGION	ALLE
Nordrhein-Westfalen	62%	46%	46%	20%	32%	41%
Niedersachsen	9%	14%	15%	15%	9%	14%
Hessen	7%	7%	8%	6%	25%	9%
Rheinland-Pfalz	7%	3%	5%	4%	8%	5%
Baden-Württemberg	5%	6%	6%	12%	5%	7%
Bayern	2%	12%	4%	19%	5%	8%
Sachsen	2%	1%	3%	2%	3%	2%
Schleswig-Holstein	1%	2%	1%	4%	2%	2%
Saarland	1%	0%	1%	1%	2%	1%
Bremen	1%	1%	1%	1%	0%	1%
Berlin	1%	2%	3%	5%	0%	3%
Sachsen-Anhalt	1%	1%	2%	2%	2%	2%
Thüringen	0%	1%	1%	2%	4%	2%
Mecklenburg-Vorpommern	0%	1%	1%	1%	1%	1%
Brandenburg	0%	2%	2%	3%	1%	2%
Hamburg	0%	1%	1%	3%	0%	1%
Basis (nur Befragte mit Wohnsitz in Deutschland)	1221					

© Benchmark Services

Alter

Frage: Wie alt sind Sie?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	REGION	ALLE
15 bis 20 Jahre	**1%**	1%	1%	1%	1%	1%
21 bis 30 Jahre	**5%**	3%	4%	5%	7%	4%
31 bis 40 Jahre	**11%**	6%	12%	7%	13%	10%
41 bis 50 Jahre	**24%**	16%	22%	16%	21%	20%
51 bis 60 Jahre	**34%**	27%	28%	29%	28%	28%
61 bis 70 Jahre	**20%**	27%	22%	26%	22%	24%
71 bis 80 Jahre	**5%**	16%	8%	13%	6%	11%
> 80 Jahre	**1%**	3%	1%	2%	1%	2%
Durchschnittsalter	**52,8**	58,3	53,7	56,5	52,1	55,1
Basis (Befragte)	**1293**					

Geschlecht

Frage: Sind Sie männlich oder weiblich?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	REGION	ALLE
Männlich	**46%**	45%	43%	51%	54%	46%
Weiblich	**54%**	55%	57%	49%	46%	54%
Basis (Befragte)	**1323**					

Bildung

Frage: Welchen höchsten Abschluss haben Sie

	Ihr Wert	ALLE*
Studium (FH/Universität)	**27%**	34%
Lehre, Ausbildung	**27%**	22%
Realschule	**18%**	17%
Gymnasium	**14%**	11%
Hauptschule	**6%**	6%
Keinen Abschluss	**0%**	0%
Hierzu möchte ich keine Angaben machen	**6%**	9%
Sonstiges	**2%**	2%
Basis (Befragte)	**1120**	

*Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 11 VGM-Teilnehmer

© Benchmark Services

Berufliche Stellung

Frage: Welche berufliche Stellung trifft derzeit auf Sie zu?

	Ihr Wert	ALLE*
Angestellte/r	**54%**	45%
Rentner/in	**21%**	28%
Selbständige/r, Freiberufler/in	**8%**	9%
Beamter/in	**8%**	8%
Hausfrau/mann	**3%**	3%
Studierende/r	**1%**	1%
Schüler/in	**1%**	1%
Lehrling, Volontär/in, Praktikant/in	**0%**	0%
Arbeitssuchende/r	**0%**	1%
Hierzu möchte ich keine Angaben machen	**2%**	3%
Sonstiges	**2%**	1%
Basis (Befragte)	**1139**	

*Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 16 VGM-Teilnehmer

Lebensstil

*Frage: Wie gestalten Sie Ihren Alltag? Inwieweit stimmen Sie den folgenden Aussagen zu?**

	Ihr Wert	ALLE**
Ich pflege einen umweltschonenden Lebensstil.	**2,0**	2,3
Ich achte im Alltag auf meine Gesundheit.	**2,0**	2,0
Ich pflege einen gehobenen Lebensstandard.	**2,9**	3,0
Ich besuche gerne Kunstausstellungen und Galerien.	**3,8**	3,7
Ich lese häufig Bücher.	**2,2**	2,5
Ich lese häufig eine überregionale Tageszeitung, z.B. die FAZ	**3,1**	3,3
Ich bin bereit, für gutes Essen im Restaurant auch entsprechend viel Geld zu bezahlen.	**2,1**	2,5
Ich lebe nach religiösen Prinzipien.	**4,4**	4,0
Ich halte an alten Traditionen meiner Familie fest.	**3,1**	3,2
Ich genieße das Leben in vollen Zügen.	**2,7**	2,7
Ich genieße das Leben in vollen Zügen.	**2,7**	2,7
Mein Leben gefällt mir dann besonders gut, wenn ständig etwas los ist.	**4,0**	3,2
Basis (Befragte)	**1047**	

* Zustimmung zu den Aussagen von 1 = ich stimme voll zu, 6 ich stimme überhaupt nicht zu
** Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 12 VGM-Teilnehmer

© Benchmark Services

Kapitel 2

Grundcharakteristika der erfassten Reisen

© Benchmark Services

2 Grundcharakteristika der erfassten Reisen

Monatsverteilung der Stichprobe

Frage: In welchem Monat sind Sie angereist?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	REGION	ALLE
Januar	**2%**	4%	2%	1%	3%	3%
Februar	**3%**	3%	2%	3%	2%	2%
März	**4%**	4%	4%	5%	4%	4%
April	**9%**	6%	9%	9%	10%	8%
Mai	**9%**	14%	11%	15%	9%	12%
Juni	**12%**	8%	11%	14%	14%	11%
Juli	**13%**	9%	18%	9%	19%	14%
August	**17%**	14%	18%	16%	16%	16%
September	**14%**	13%	12%	12%	12%	12%
Oktober	**11%**	11%	8%	8%	8%	9%
November	**2%**	5%	2%	4%	2%	3%
Dezember	**3%**	8%	2%	5%	2%	4%
Basis (Befragte)	**1301**					

Besuchserfahrung

Frage: Wie oft waren Sie insgesamt bereits als Gast in Krummhörn-Greetsiel?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	REGION	ALLE
1 mal (Erstbesucher)	**33%**	42%	20%	52%	46%	33%
2 mal	**12%**	11%	8%	18%	14%	11%
3 - 5 mal	**18%**	19%	19%	20%	21%	20%
5 bis 10 mal	**15%**	12%	20%	7%	8%	15%
11 - 20 mal	**12%**	9%	18%	3%	6%	12%
21 - 30 mal	**6%**	5%	8%	1%	3%	6%
mehr als 30 mal	**3%**	2%	6%	1%	2%	4%
Durchschnittliche Zahl der Aufenthalte pro Befragungsteilnehmer	**7,3**	5,7	10,4	3,1	5,1	7,6
Basis (Befragte)	**1300**					

© Benchmark Services

Reisebegleitung

Frage: Mit wem sind Sie gereist?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	REGION	ALLE
Ehepartner, Lebensgefährte (zu zweit)	**59%**	51%	50%	35%	47%	48%
Familie (inkl. Kind/er unter 18 Jahre)	**21%**	10%	26%	5%	25%	19%
Familienangehörige, Freunde (ohne Kinder unter 18 Jahre)	**11%**	11%	10%	14%	11%	11%
allein	**6%**	19%	9%	13%	6%	12%
organisierte Reisegruppe	**0%**	3%	1%	14%	3%	3%
Geschäftskollegen, Geschäftspartner	**0%**	1%	0%	10%	0%	2%
Sonstiges	**4%**	6%	4%	9%	8%	6%
Basis (Befragte)	**1313**					

Reisebegleitung: Hunde

Frage: Sind Sie mit Hund gereist?

	Ihr Wert	ALLE*
Ja	**20%**	12%
Nein	**80%**	88%
Basis (Befragte)	**1306**	

*Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 5 VGM-Teilnehmer

Reisedauer (Zahl der Übernachtungen)

Frage: Bitte geben Sie uns die Zahl Ihrer Übernachtungen an!

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	REGION	ALLE
1 bis 3 Übernachtungen (Kurzaufenthalt)	**18%**	41%	11%	88%	42%	32%
4 bis 7 Übernachtungen	**53%**	38%	42%	10%	44%	37%
8 bis 14 Übernachtungen	**26%**	12%	36%	2%	10%	22%
15 bis 21 Übernachtungen	**2%**	6%	9%	0%	2%	6%
22 bis 28 Übernachtungen	**0%**	2%	1%	0%	1%	1%
mehr als 28 Übernachtungen	**0%**	1%	2%	0%	1%	1%
Durchschnittliche Zahl der Übernachtungen	**7,2**	6,6	9,7	2,4	5,4	7,5
Basis (Befragte)	**1319**					

© Benchmark Services

Kapitel 3

Reisemotive und Reiseentscheidung

© Benchmark Services

3 Reisemotive und Reiseentscheidung

Allgemeine Reisemotive

Frage: Was waren die Motive für Ihren Aufenthalt in Krummhörn-Greetsiel? (Mehrfachnennungen)

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	REGION	ALLE
Erholung, Entspannung	**90%**	64%	89%	25%	69%	72%
In der Natur sein	**61%**	37%	62%	7%	54%	48%
Abstand zum Alltag gewinnen	**60%**	40%	62%	16%	47%	49%
Zeit mit Familie, Partner, Freunden verbringen	**44%**	25%	44%	31%	42%	37%
Kulinarisches Erleben	**22%**	11%	15%	12%	9%	13%
Spaß, Vergnügen	**20%**	28%	25%	29%	27%	27%
Etwas für die Gesundheit tun	**17%**	34%	33%	2%	13%	27%
Sport, Bewegung	**16%**	30%	25%	5%	29%	25%
Sich verwöhnen lassen	**14%**	22%	16%	5%	12%	16%
Leute kennenlernen, andere Menschen treffen	**7%**	11%	9%	4%	7%	9%
Shoppen	**7%**	14%	7%	9%	6%	9%
Kunst, Kultur erleben	**6%**	7%	8%	46%	16%	13%
Lernen, Bildung	**2%**	2%	2%	13%	4%	4%
Geschäftliche Gründe	**1%**	2%	1%	15%	2%	3%
Sonstiges	**4%**	8%	4%	12%	10%	7%
Basis (Befragte)	**1323**					

Kapitel 4

Reiseorganisation

4 Reiseorganisation

Erstkontakt

Wie sind Sie auf Ihr Reiseziel aufmerksam geworden? (Mehrfachnennungen)

	Ihr Wert	ALLE*
Schon bekannt	**41%**	35%
Verwandte, Bekannte	**34%**	30%
Internet	**24%**	24%
Prospekte, Kataloge	**6%**	8%
Fernsehen, Radio	**5%**	5%
Zeitung, Zeitschrift	**3%**	5%
Reisebüro	**0%**	1%
Messe	**0%**	1%
Sonstiges	**5%**	9%
Basis (Befragte)	**1313**	

*Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 11 VGM-Teilnehmer

Erstkontakt: Internet

Wenn Sie im Internet auf Krummhörn-Greetsiel bzw. Ihre Unterkunft aufmerksam geworden sind: Welche Seiten haben Sie genutzt? (Mehrfachnnungen)

	Ihr Wert	ALLE*
Suchmaschine, z.B. Google	**61%**	62%
Internetseite der Region	**51%**	40%
Reiseportal, z.B. Holiday-Check, Expedia, HRS	**10%**	18%
Social Media, z.B. Facebook, Youtube, Twitter	**6%**	6%
Internetseite des Bundeslandes	**5%**	4%
Internetseite des Reiselandes Deutschland	**1%**	3%
Internetseite eines Reiseveranstalters	**1%**	1%
Sonstiges	**5%**	4%
Basis (nur Befragte, die im Internet auf Krummhörn-Greetsiel aufmersam wurden)	**306**	

*Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 7 VGM-Teilnehmer

© Benchmark Services

Informationsquellen

Frage: Wie haben Sie sich im Vorfeld näher über Ihr Reiseziel informiert? (Mehrfachnennungen)

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	REGION	ALLE
Internetseite des besuchten Ortes	**63%**	48%	48%	55%	45%	48%
Internetseite der Region	**45%**	26%	24%	24%	51%	28%
Internetseite der Unterkunft	**39%**	36%	34%	34%	38%	35%
Verwandte, Bekannte	**23%**	21%	26%	23%	17%	23%
Orts-, Gebietsprospekte	**11%**	12%	10%	9%	9%	11%
keine Informationsquellen genutzt	**11%**	8%	16%	10%	6%	12%
Beratung der Tourist-Information	**10%**	13%	6%	25%	10%	10%
Social Media (Facebook, Youtube, Twitter etc.)	**8%**	4%	6%	1%	2%	4%
Reiseliteratur, Reiseführer	**8%**	3%	8%	9%	5%	6%
Sonstige Internet-Seiten	**6%**	6%	6%	10%	10%	7%
Prospekt der Unterkunft	**6%**	12%	8%	7%	7%	9%
Zeitung, Zeitschrift	**2%**	5%	2%	2%	3%	3%
Fernsehen, Radio	**2%**	1%	2%	3%	5%	2%
Messe	**0%**	1%	0%	0%	1%	1%
Sonstiges	**3%**	8%	7%	10%	6%	7%
Basis (Befragte)	**1309**					

Buchung der Reise

Frage: Wo haben Sie Ihre Reise bzw. Unterkunft gebucht? (Mehrfachnennungen)

	Ihr Wert	ALLE*
direkt beim Gastgeber (Hotel, Pension etc.)	**50%**	56%
Tourist-Information, Tourismusverband	**32%**	17%
Internet, Reiseportal, Buchungsplattform	**26%**	20%
Reisebüro, Reiseveranstalter	**0%**	2%
durch den Kostenträger meiner Kur	**0%**	7%
Sonstiges	**3%**	5%
Basis (Befragte)	**1311**	

*Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 11 VGM-Teilnehmer

© Benchmark Services

Unterkunftsarten

Frage: Wo haben Sie übernachtet?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	REGION	ALLE
Ferienhaus, Ferienwohnung	**70%**	11%	53%	4%	48%	35%
Hotel, Hotel garni	**25%**	69%	29%	83%	28%	47%
Pension, Gasthof	**2%**	10%	6%	6%	12%	8%
Verwandte oder Bekannte	**1%**	1%	2%	2%	2%	2%
Wohnmobilstellplatz	**1%**	2%	1%	1%	2%	1%
Campingplatz, Caravanpark	**0%**	0%	5%	0%	2%	3%
Sonstiges	**1%**	2%	2%	1%	2%	2%
Basis (Befragte)	**1323**					

Kapitel 5

Aktivitäten Ihrer Gäste

5 Aktivitäten Ihrer Gäste

Allgemeine Freizeitaktivitäten

Frage: Welche Freizeitaktivitäten haben Sie in Krummhörn-Greetsiel unternommen? (Mehrfachnennungen)

	Ihr Wert	ALLE*
Spazierengehen	**82%**	74%
Ausflug in die Region	**70%**	46%
Flanieren, Bummeln	**60%**	45%
Radfahren	**43%**	34%
Kulturelle Sehenswürdigkeiten	**31%**	24%
Shopping (nicht Dinge des täglichen Bedarfs)	**30%**	26%
Museum, Ausstellung	**24%**	22%
Wandern	**19%**	30%
Regionaler Markt	**18%**	15%
Baden, Schwimmen (Schwimmbad)	**18%**	32%
Wattwandern	**16%**	12%
Spielplatz, Spielräumlichkeiten	**11%**	10%
Baden, Schwimmen (Meer)	**7%**	14%
Volksfest, Festival	**7%**	11%
Gästeführung	**5%**	9%
Konzert, Musikevent	**5%**	11%
Nordic-Walking	**3%**	6%
Wassersport (Kanufahren, Rudern, Segeln etc.)	**3%**	3%
Schaupiel, Comedy, Kleinkunst o.Ä.	**2%**	4%
Baden, Schwimmen (See)	**1%**	3%
Vortrag, Seminar, Lesung	**1%**	5%
Sportveranstaltung	**1%**	3%
Sonstiges	**5%**	6%
Basis (Befragte)	**1314**	

*Zusatzfrage; Basis der Vergleichswerte sind insgesamt 19 VGM-Teilnehmer

© Benchmark Services

Kapitel 6

Anforderungen und Zufriedenheit

6 Anforderungen und Zufriedenheit

Gesamtzufriedenheit mit dem Aufenthalt (Häufigkeiten & Durchschnitt)

Frage: Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Aufenthalt in Krummhörn-Greetsiel insgesamt?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	REGION	ALLE
1 (sehr zufrieden)	**60%**	48%	51%	57%	54%	51%
2 (zufrieden)	**29%**	36%	33%	30%	30%	33%
3 (eher zufrieden)	**8%**	8%	9%	6%	9%	8%
4 (eher unzufrieden)	**1%**	3%	3%	2%	3%	3%
5 (unzufrieden)	**1%**	3%	2%	3%	3%	2%
6 (sehr unzufrieden)	**1%**	2%	1%	2%	2%	2%
Durschnittliche Gesamtzufriedenheit*	**1,58**	1,83	1,77	1,68	1,75	1,77
Basis (Befragte)	**1256**					

*Zufriedenheit von 1 (sehr zufrieden) bis 6 (sehr unzufrieden)

Gesamtzufriedenheit mit dem Aufenthalt (Vergleichswerte)

Frage: Wie zufrieden waren Sie mit Ihrem Aufenthalt in Krummhörn-Greetsiel insgesamt?

	Gesamtzufriedenheit*
Ihr Wert	**1,58**
Optimal-Wert (H&K)**	**1,46**
Optimal-Wert (SEE)**	**1,43**
Optimal-Wert (CITY)**	**1,43**
Optimal-Wert (REGION)***	**1,62**
Optimal-Wert (ALLE)***	**1,43**
Minimal-Wert (H&K)***	**2,15**
Minimal-Wert (SEE)***	**2,01**
Minimal-Wert (CITY)***	**2,02**
Minimal-Wert (REGION)***	**1,88**
Minimal-Wert (ALLE)***	**2,15**

*Zufriedenheit von 1 (sehr zufrieden) bis 6 (sehr unzufrieden)

**Bester von einem Ort (oder mehreren Orten) erreichter Durchschnittswert

***Schlechtester von einem Ort (oder mehreren Orten) erreichter Durchschnittswert

© Benchmark Services

Wichtigkeit von ausgewählten Angebotsfaktoren

Frage: Welche der folgenden Angebotsfaktoren waren für Sie wichtig?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	REGION	ALLE
Atmosphäre, Flair	**79%**	65%	71%	69%	56%	67%
Gastfreundschaft	**69%**	68%	61%	52%	59%	62%
Unterkunft	**85%**	78%	81%	75%	75%	79%
Gastronomieangebot	**58%**	50%	51%	54%	35%	49%
Medizinische Kompetenz	**3%**	10%	6%	-	6%	7%
Gesundheits-, Wellnessangebot	**7%**	31%	14%	4%	8%	17%
Angebot für Familien	**13%**	9%	19%	3%	20%	14%
Sport- und Aktivangebot	**6%**	22%	14%	6%	19%	16%
Kulturangebot	**12%**	17%	18%	44%	18%	21%
Tagungs-, Seminarangebot	**0%**	0%	0%	6%	1%	1%
Schlechtwetterangebot	**9%**	12%	18%	4%	11%	14%
Erreichbarkeit	**28%**	37%	32%	29%	36%	33%
Preis-Leistungsverhältnis	**42%**	43%	44%	35%	44%	43%
Mobilitätsangebot vor Ort (z.B. ÖPNV)	**4%**	11%	10%	10%	10%	10%
Services der Tourist-Information	**14%**	17%	16%	33%	13%	18%
geeignet für Senioren	**6%**	12%	9%	6%	6%	9%
Basis (Befragte)	**1304**					

Zufriedenheit mit ausgewählten Angebotsfaktoren (Durchschnittswerte)

*Frage: Und wie zufrieden waren Sie mit diesen Dingen in Krummhörn-Greetsiel?**

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	REGION	ALLE
Atmosphäre, Flair	**1,5**	1,8	1,8	1,7	1,8	1,8
Basis (Befragte)	**1224**					
Gastfreundschaft	**1,5**	1,7	1,8	1,7	1,7	1,7
Basis (Befragte)	**1197**					
Unterkunft	**1,6**	1,9	1,8	1,9	1,7	1,8
Basis (Befragte)	**1252**					
Gastronomieangebot	**1,8**	2,0	2,1	1,8	2,4	2,1
Basis (Befragte)	**1173**					
Medizinische Kompetenz	**2,1**	1,9	2,3	-	2,1	2,1
Basis (Befragte)	**150**					
Gesundheits-, Wellnessangebot	**2,3**	1,8	2,3	2,1	2,6	2,2
Basis (Befragte)	**290**					
Angebot für Familien	**2,2**	2,1	2,3	2,0	2,3	2,2
Basis (Befragte)	**369**					
Sport- und Aktivangebot	**2,4**	2,1	2,3	2,2	2,3	2,2
Basis (Befragte)	**339**					
Kulturangebot	**2,3**	2,3	2,4	1,7	2,3	2,3
Basis (Befragte)	**504**					
Tagungs-, Seminarangebot	**2,6**	2,5	2,7	1,8	2,7	2,4
Basis (Befragte)	**51**					
Schlechtwetterangebot	**3,0**	3,0	2,9	2,1	3,4	2,9
Basis (Befragte)	**386**					
Erreichbarkeit	**1,8**	1,9	2,1	1,9	2,1	2,0
Basis (Befragte)	**828**					
Preis-Leistungsverhältnis	**2,0**	2,1	2,4	2,1	2,0	2,2
Basis (Befragte)	**1021**					
Mobilitätsangebot vor Ort (z.B. ÖPNV)	**2,8**	2,4	2,6	2,2	2,7	2,5
Basis (Befragte)	**246**					
Services der Tourist-Information	**1,9**	2,0	2,1	1,7	2,2	2,0
Basis (Befragte)	**646**					
geeignet für Senioren	**2,4**	2,6	2,5	2,5	2,7	2,5
Basis (Befragte)	**200**					

*Durchschnittliche Zufriedenheit je Angebot von 1 (sehr zufrieden) bis 6 (sehr unzufrieden)

Zufriedenheit mit ausgewählten Angebotsfaktoren (Vergleichswerte)

*Frage: Und wie zufrieden waren Sie mit diesen Dingen in Krummhörn-Greetsiel?**

	Ihr Wert	OPT-Wert**	MIN-Wert**
Atmosphäre, Flair	**1,5**	1,4	2,0
Gastfreundschaft	**1,5**	1,5	2,0
Unterkunft	**1,6**	1,5	2,3
Gastronomieangebot	**1,8**	1,5	2,6
Medizinische Kompetenz	**2,1**	1,5	2,8
Gesundheits-, Wellnessangebot	**2,3**	1,7	3,6
Angebot für Familien	**2,2**	1,8	3,1
Sport- und Aktivangebot	**2,4**	1,7	3,0
Kulturangebot	**2,3**	1,6	2,8
Tagungs-, Seminarangebot	**2,6**	1,6	3,4
Schlechtwetterangebot	**3,0**	1,9	3,8
Erreichbarkeit	**1,8**	1,6	2,4
Preis-Leistungsverhältnis	**2,0**	1,8	2,6
Mobilitätsangebot vor Ort (z.B. ÖPNV)	**2,8**	1,7	3,9
Services der Tourist-Information	**1,9**	1,4	3,0
geeignet für Senioren	**2,4**	1,8	3,5

*Durchschnittliche Zufriedenheit je Angebot von 1 (sehr zufrieden) bis 6 (sehr unzufrieden)

**Bester bzw. schlechtester von einem Ort (oder mehreren Orten) erreichter Durchschnittswert

Kapitel 7

Wiederbesuchsabsicht & Empfehlungs-wahrscheinlichkeit

© Benchmark Services

7 Wiederbesuchsabsicht & Empfehlungswahrscheinlichkeit

Wiederbesuchsabsicht (Häufigkeiten und Durchschnitt)

Frage: Wie sicher werden Sie in den nächsten drei Jahren einen privaten Aufenthalt in Krummhörn-Greetsiel verbringen?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	REGION	ALLE
1 (Ganz sicher)	**62%**	51%	67%	47%	48%	58%
2	**19%**	20%	17%	23%	22%	19%
3	**12%**	17%	9%	19%	18%	13%
4	**2%**	6%	2%	6%	4%	4%
5	**2%**	1%	3%	2%	3%	2%
6 (Sicher nicht)	**3%**	6%	3%	3%	4%	4%
Wiederbesuchsabsicht (Durchschnitt)*	**1,72**	2,01	1,65	2,01	2,02	1,84
Basis (Befragte)	**1098**					

*Wiederbesuchsabsicht von 1 (sehr sicher) bis 6 (sicher nicht)

Wiederbesuchsabsicht (Vergleichswerte)

Frage: Wie sicher werden Sie in den nächsten drei Jahren wieder einen Aufenthalt in Krummhörn-Greetsiel verbringen?

	Wiederbesuchsabsicht*
Ihr Wert	**1,72**
Optimal-Wert (H&K)**	**1,23**
Optimal-Wert (SEE)**	**1,30**
Optimal-Wert (CITY)**	**1,74**
Optimal-Wert (REGION)**	**1,87**
Optimal-Wert (ALLE)**	**1,23**
Minimal-Wert (H&K)***	**2,93**
Minimal-Wert (SEE)***	**2,13**
Minimal-Wert (CITY)***	**2,23**
Minimal-Wert (REGION)***	**2,21**
Minimal-Wert (ALLE)***	**2,93**

*Wiederbesuchsabsicht von 1 (sehr sicher) bis 6 (sicher nicht)

**Bester von einem Ort (oder mehreren Orten) erreichter Durchschnittswert

***Schlechtester von einem Ort (oder mehreren Orten) erreichter Durchschnittswert

Empfehlungswahrscheinlichkeit (Häufigkeiten und Durchschnitt)

Frage: Werden Sie Krummhörn-Greetsiel als Reiseziel weiterempfehlen?

	Ihr Wert	Benchmarking				
		H&K	SEE	CITY	REGION	ALLE
1 (Ganz sicher)	**72%**	60%	68%	68%	62%	65%
2	**19%**	24%	19%	21%	21%	21%
3	**6%**	9%	7%	7%	10%	8%
4	**2%**	4%	2%	1%	2%	3%
5	**1%**	2%	2%	1%	1%	1%
6 (Sicher nicht)	**0%**	1%	2%	1%	3%	2%
Weiterempfehlungsabsicht (Durchschnitt)*	**1,43**	1,68	1,57	1,49	1,68	1,61
Basis (Befragte)	**1220**					

*Empfehlungsabsicht von 1 (sehr sicher) bis 6 (sicher nicht)

Empfehlungswahrscheinlichkeit (Vergleichswerte)

Frage: Werden Sie Krummhörn-Greetsiel als Reiseziel weiterempfehlen?

	Empfehlungsabsicht*
Ihr Wert	**1,43**
Optimal-Wert (H&K)**	**1,22**
Optimal-Wert (SEE)**	**1,24**
Optimal-Wert (CITY)**	**1,20**
Optimal-Wert (REGION)**	**1,65**
Optimal-Wert (ALLE)**	**1,20**
Minimal-Wert (H&K)***	**2,19**
Minimal-Wert (SEE)***	**1,93**
Minimal-Wert (CITY)***	**1,86**
Minimal-Wert (REGION)***	**1,76**
Minimal-Wert (ALLE)***	**2,19**

*Empfehlungsabsicht von 1 (sehr sicher) bis 6 (sicher nicht)

**Bester von einem Ort (oder mehreren Orten) erreichter Durchschnittswert

***Schlechtester von einem Ort (oder mehreren Orten) erreichter Durchschnittswert

© Benchmark Services

Kapitel 8

Image Ihres Ortes aus Gästesicht

8 Image Ihres Ortes aus Gästesicht

Imagewert*

Frage: Welches Bild haben Sie von Krummhörn-Greetsiel insgesamt? Hinweis: Bitte entscheiden Sie „aus dem Bauch“ und ordnen Sie Krummhörn-Greetsiel zwischen den folgenden Gegensatz-Paaren ein.

Imgagewert (- 2)	Imagewert (+2)	Ihr Wert	Benchmarking				
			H&K	SEE	CITY	REGION	ALLE
Langweilig	Abwechslungsreich	**1,15**	1,02	1,04	1,48	1,21	1,07
Künstlich	Authentisch	**1,43**	1,18	1,25	1,32	1,04	1,22
Unsympathisch	Sympathisch	**1,62**	1,26	1,40	1,47	1,09	1,34
Alt	Jung	**0,18**	0,00	0,27	0,74	-0,12	0,18
Krank	Gesund	**1,12**	0,89	1,18	0,77	0,45	1,01
Altbacken	Modern	**0,36**	0,36	0,43	0,80	-0,11	0,40
Ausgestorben	Lebendig	**1,14**	0,70	0,88	1,30	0,51	0,82
Einfach	Exklusiv	**0,27**	0,28	0,27	0,35	0,03	0,26
Ungepflegt	Gepflegt	**1,48**	1,22	1,26	1,26	0,79	1,22
Basis (Befragte)		**1202**					

*Durchschnittliche Einordnung zwischen den Gegensatzpaaren von -2 (linker Begriff) bis 2 (rechter Begriff)